よくわかる
景品表示法と公正競争規約

消費者庁

景品表示法と公正競争規約は、消費者がより良い商品・サービスを安心して選ぶことができる環境づくりのための大切な役割を担っています。

景品表示法は、不当な表示や過大な景品類の提供による顧客の誘引を防止するため、一般消費者の自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為を禁止するなどにより、消費者の利益を保護することを目的とする法律であり、公正競争規約は、景品表示法を根拠に、個々の商品・サービスごとに設定される業界の自主ルールです。

公正競争規約が設定されている業界では、規約に参加する事業者が規約を遵守して適正な表示や景品類の提供を行うことにより、消費者が安心して商品・サービスを選択できる環境を整備しており、規約は、景品表示法の目的の達成に重要な役割を果たしています。

このパンフレットでは、景品表示法の概要と、公正競争規約制度の概要、意義、規約設定のヒント等を解説していきます。

景品表示法の概要

消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ります。

消費者は、より質の高いもの、価格の安いものを求め、事業者は消費者の期待に応えるために、
商品・サービスの質を向上させ、より安く販売するよう努力します。
ところが、不当な表示や過大な景品類の提供が行われると、消費者の選択に悪影響を与え、
消費者の利益が損なわれることになります。
このような不当な表示や過大な景品類の提供から消費者の利益を保護するための法律が「景品表示法」
（不当景品類及び不当表示防止法）です。景品表示法は、不当な表示や過大な景品類の提供を
厳しく規制することなどにより、消費者が適正に商品・サービスを選択できる環境を守ります。

景品表示法のしくみ

一般消費者の利益の保護

不当な顧客誘引の禁止

不当な表示の禁止

表示とは？

事業者が商品・サービスの内容、取引条件について
行う広告等の表示

例
- チラシ
- パンフレットや説明書
- ポスターや看板
- 新聞や雑誌に掲載された広告
- テレビ CM
- ウェブサイト　等

過大な景品類の提供の禁止

景品類とは？

商品・サービスの取引に付随して、相手方に提供される物品、金銭等の経済上の利益

例
- 一定額以上の買い物をした人に抽選で提供される賞品
- 来店者にもれなく提供される粗品
- 商店街の福引きセールで提供される旅行券

等

公正競争規約制度　消費者庁長官及び公正取引委員会が認定する業界自主規制として公正競争規約があります。（詳しくは９ページ以降）

過大な景品類の提供は禁止されています。

商品やサービスの販売促進のため、景品類の提供が盛んになっています。しかし、消費者が景品によって商品・サービスを選ぶようになると、質の良くない商品や価格の高いものを買わされて不利益を受けてしまうおそれがあります。景品表示法では、このような不利益を消費者が受けることがないよう、景品類の最高額、総額などを制限しています。

景品類とは？

事業者が、顧客を誘引するための手段として、商品・サービスの取引に附随して提供する物品、金銭等のことをいいます。

※値引き、アフターサービス等は除きます。

目　　的	顧客を誘引する手段として
提供方法	取引に附随して提供する
内　　容	物品、金銭等の経済上の利益

一般懸賞

商品・サービスの利用者に対し、くじ等の偶然性、特定行為の優劣等によって景品類を提供することです。

例
- 抽せん券、じゃんけん等により提供
- 一部の商品にのみ景品類を添付していて、外観上それが判断できない場合
- パズル、クイズ等の解答の正誤により提供
- 競技、遊技等の優劣により提供

　等

懸賞に係る取引価額	景品類限度額	
	最高額	総額
5,000円未満	取引価額の20倍	懸賞に係る売上予定総額の2%
5,000円以上	10万円	

共同懸賞

商店街や一定の地域内の同業者が共同して行う懸賞です。

例
- 一定の地域（市町村等）の小売業者又はサービス業者が共同で実施
- 中元・歳末セール等、商店街が共同で実施（年３回、70日まで）
- 「電気まつり」等、一定の地域の同業者が共同で実施　等

景品類限度額	
最高額	総額
取引価額にかかわらず30万円	懸賞に係る売上予定総額の3%

総付景品

商品の購入者や来店者に対し、もれなく提供する景品です。

例
- 商品の購入者全員にプレゼント
- 来店者全員にプレゼント
- 申込みや来店の先着順にプレゼント　等

取引価額	景品類の最高額
1,000円未満	200円
1,000円以上	取引価額の2/10

次のようなものには景品規制は適用されません。
- 商品・サービスの販売に必要な物品・サービス
- 見本、宣伝用の物品・サービス
- 自店又は自店と他店で共通して使用できる割引券
- 開店披露、創業記念等で提供される物品・サービス

商品・サービスに関する不当な表示は禁止されています。

品質や価格についての情報は、消費者が商品・サービスを選択する際の重要な判断材料であり、消費者に正しく伝わる必要があります。ところが、商品・サービスの品質や価格について、実際よりも著しく優良又は有利であると見せかける表示が行われると、消費者の適正な選択を妨げられることになります。このため、景品表示法では、消費者に誤認される不当な表示を禁止しています。

不当な表示

優良誤認（4条1項1号）　商品・サービスの品質、規格その他の内容についての不当表示

① **内容について、実際のものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示**

例　10万キロ以上走行した中古自動車に「3万5千キロ走行」と表示した場合

② **内容について、事実に相違して競争事業者に係るものよりも著しく優良であると一般消費者に示す表示**

例　「この技術は日本で当社だけ」と広告しているが、実際は競争業者でも同じ技術を使っていた場合

不実証広告規制（4条2項）

消費者庁長官は、優良誤認表示（4条1項1号）に該当するか否か判断するため必要があると認めるときは、期間を定めて、事業者に表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができます。

→事業者が求められた資料を期間内に提出しない場合や提出された資料が表示の裏付けとなる合理的な根拠を示すものと認められない場合は、不当表示とみなされます。

有利誤認（4条1項2号）　商品・サービスの価格その他の取引条件についての不当表示

① **取引条件について、実際のものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示**

例　「優待旅行を特別価格5万円で提供」と表示しているが、実際は通常価格と変わらない場合

② **取引条件について、競争事業者に係るものよりも取引の相手方に著しく有利であると一般消費者に誤認される表示**

例　「他社商品の1.5倍の量」と表示しているが、実際は他社商品と同程度の内容量しかない場合

4条1項3号　商品・サービスの取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがあると認められ、内閣総理大臣が指定する表示

以下の6つが指定されています（平成23年1月現在）

❶無果汁の清涼飲料水等についての表示（昭和48年公正取引委員会告示第4号）
❷商品の原産国に関する不当な表示（昭和48年公正取引委員会告示第34号）
❸消費者信用の融資費用に関する不当な表示（昭和55年公正取引委員会告示第13号）
❹不動産のおとり広告に関する表示（昭和55年公正取引委員会告示第14号）
❺おとり広告に関する表示（平成5年公正取引委員会告示第17号）
❻有料老人ホームに関する不当な表示（平成16年公正取引委員会告示第3号）

優良誤認

品質、規格等に関する不当表示を禁止しています。

品質、規格、その他の内容とは、
次のようなものです。

- ●品質　原材料、純度、添加物、性能、鮮度、栄養価等
- ●規格　国等が定めた規格（例　JIS）、等級、基準等
- ●その他の内容　原産地、有効期限、製造方法等

CASE 1

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、実際のものよりも著しく優良であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

衣料品の原材料

セーターに「カシミヤ100%」と表示していたが、実際にはカシミヤ混用率は80%程度であった。

宅配便の配達日数

「翌日配達」と表示していたが、実際には一部の地域にしか翌日に届いていなかった。

CASE 2

自社の商品・サービスの品質、規格その他の内容について、競争業者のものよりも著しく優良であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

携帯電話の機能

「この機能はこの携帯電話だけ」と表示していたが、実際には他社の携帯電話にも同じ機能が搭載されていた。

健康食品の成分量

健康食品に「栄養成分が他社の2倍」と表示していたが、実際には同じ量しか入っていなかった。

その他誤認されるおそれのある表示

特定の商品・サービス

※以下のほか、「有料老人ホームに関する

商品の原産国に関する不当な表示

例えば、A国製の商品に、B国の国名、国旗、事業者名等を表示することにより、消費者が当該商品の原産国をA国と認識できない場合、「A国製」等と原産国がA国であると明りょうに記載していないと、不当表示となります。

無果汁の清涼飲料水等についての表示

例えば、果汁又は果肉が入っていない清涼飲料水（アイスクリーム等を含む）に、商品名に「○○オレンジ」等と果実名を付けたり、果実の絵、写真、デザイン等を表示しているにもかかわらず、無果汁である旨を明りょうに記載していない場合、不当表示となります。

有利誤認

価格や取引条件に関する不当表示を禁止しています。

取引条件とは、次のようなものです。

●取引条件　数量、アフターサービス、保証期間、支払条件等

CASE 1

商品・サービスの価格や取引条件について、実際のものよりも著しく有利であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

住宅ローンの優遇金利

住宅ローンについて、「○月○日までに申し込めば優遇金利」と表示したが、実は、優遇金利は借入れ時期によって適用が決まるものであった。

菓子の過大包装

土産物の菓子について、内容物の保護として許容される限度を超えて過大な包装を行った。

CASE 2

自社の商品・サービスの価格や取引条件が、競争事業者のものよりも著しく有利であると消費者に誤認される表示は不当表示となります。

販売価格の比較

他社の売価を調査せずに「地域最安値」と表示したが、実は近隣の店よりも割高な価格だった。

ローン内容の比較

「無金利ローンで買い物できるのは当社だけ」と表示したが、実は他社でも同じサービスを行っていた。

について内閣総理大臣が指定（告示）した不当表示を禁止しています。

不当な表示」と「消費者信用の融資費用に関する不当な表示」があります。

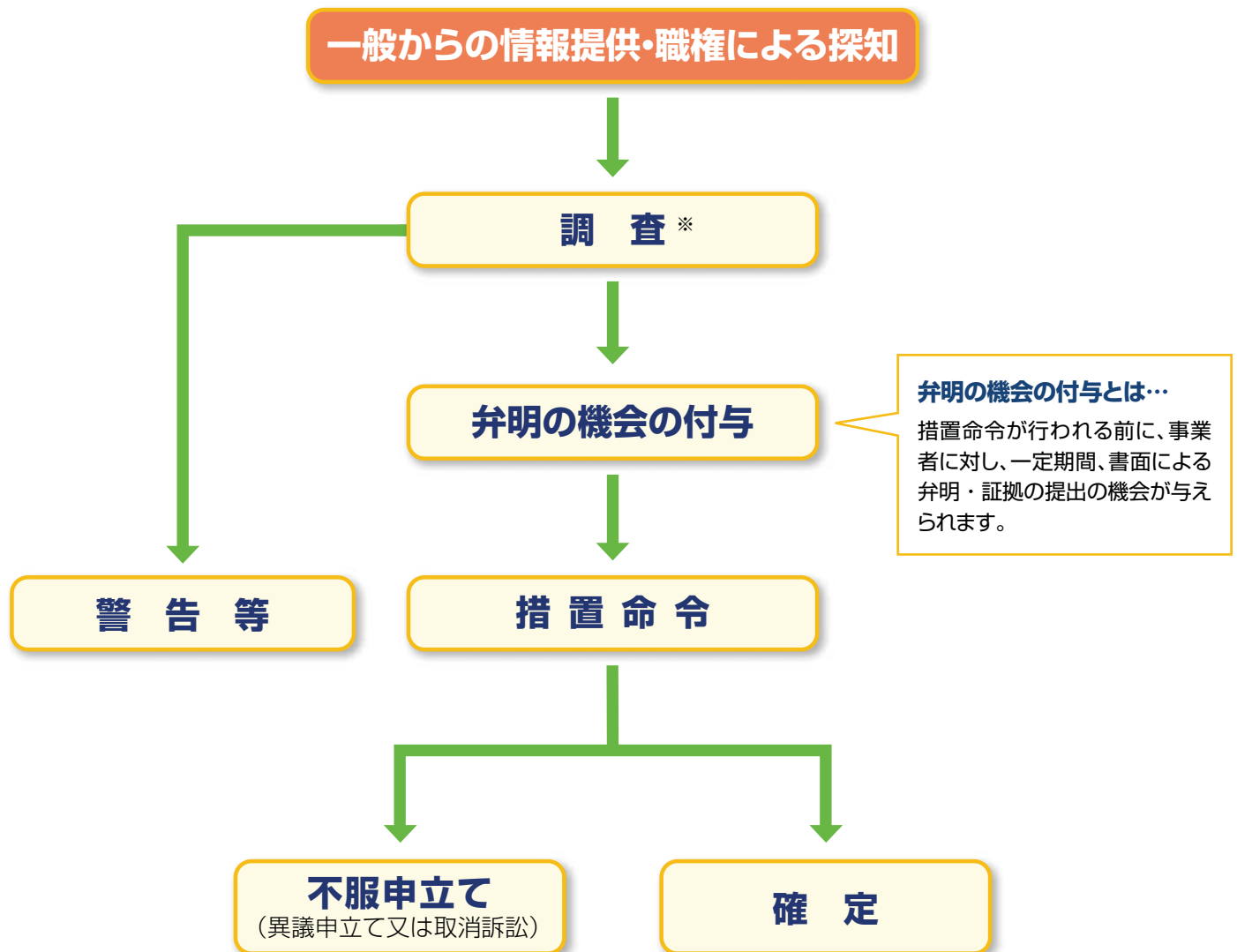
不動産のおとり広告に関する表示

例えば、チラシ販売物件として掲載された住宅が、そもそも存在しないものであったり、すでに売却済みである場合は、不動産に関するおとり広告に該当し、不当表示となります。

おとり広告に関する表示

例えば、売り出しセールのチラシに「超特価商品10点限り！」と表示しているにもかかわらず、実際には当該商品を全く用意していない場合又は表示した量より少ない量しか用意していない場合は、おとり広告に該当し、不当表示となります。

違反行為に対しては、措置命令が出されます。

景品表示法に違反する行為が行われている疑いがある場合、消費者庁は、事業者への事情聴取、資料収集などを行い、調査を実施します。措置命令を出す前に、いったん書面による弁明、証拠の提出の機会を与えた上で、消費者に与えた誤認を排除すること、再発防止策を講ずること、その違反行為をとりやめることなどを命じます。

※公正取引委員会も、調査のための権限を消費者庁長官から委任されています。

各都道府県でも景品表示法を運用しています。

違反行為を迅速、効果的に規制できるよう、各都道府県知事によっても景品表示法が運用されており、次の権限が与えられています。

- 違反行為に対して、行為の取りやめ、訂正広告などを指示できます。
- 違反者が指示に従わない場合は、消費者庁長官に措置を求めることができます。
- 違反の疑いのある事業者に報告命令や立入検査が行え、拒んだものは 50 万円以下の罰金が科せられます。

景品表示法（不当景品類及び不当表示防止法）（昭和 37年法律第134号）

主な条文の概要

目　的　（第１条）　➡詳しくは２ページへ

●不当な景品類及び表示による顧客の誘引を防止するため、一般消費者による自主的かつ合理的な選択を阻害するおそれのある行為の制限及び禁止について定めることにより、一般消費者の利益を保護する。

景品類、表示の定義　（第２条）　➡詳しくは２ページへ

●景品類
顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品・サービスの取引に付随して相手方に提供する経済上の利益であって、内閣総理大臣が指定するもの

※「不当景品類及び不当表示防止法第２条の規定により景品類及び表示を指定する件」（昭和37年告示第３号）第１項

●表示
顧客を誘引するための手段として、事業者が自己の供給する商品・サービスの取引に関する事項について行う広告その他の表示であって、内閣総理大臣が指定するもの

※「不当景品類及び不当表示防止法第２条の規定により景品類及び表示を指定する件」（昭和37年告示第３号）第２項

景品類の制限及び禁止　（第３条）　➡詳しくは３ページへ

●不当な顧客の誘引を防止するために必要があると認めるときは、景品類の提供に関する事項を制限し、又は景品類の提供を禁止することができる。

※景品類の制限及び禁止は、告示によって行う。告示の制定及び改廃に当たっては、公聴会を開き関係事業者及び一般の意見を求めるとともに、消費者委員会の意見を聴く必要がある（第５条）。

不当表示の禁止　（第４条第１項）　➡詳しくは4～6ページへ

●優良誤認（第１号）商品･サービスの内容について、一般消費者に対し､実際のもの又は事実に相違して競争事業者のものよりも著しく優良であると示す表示

●有利誤認（第２号）商品・サービスの取引条件について、実際のもの又は競争業者のものよりも著しく有利であると一般消費者に誤認される表示

●その他誤認されるおそれのある表示（第３号）上記のほか、商品・サービスの取引に関する事項について一般消費者に誤認されるおそれがある表示であって、内閣総理大臣が指定するもの

※第３号の指定は、告示によって行う。告示の制定及び改廃に当たっては、公聴会を開き関係事業者及び一般の意見を求めるとともに、消費者委員会の意見を聴く必要がある（第５条）。

不実証広告規制　（第４条第２項）　➡詳しくは４ページへ

●消費者庁長官は、第４条第１項第１号に該当する表示（優良誤認表示）か否か判断するため必要があると認めるときは、事業者に対し、期間を定めて、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。事業者が当該資料を提出しないときは、不当表示とみなされる。

措置命令　（第６条）　➡詳しくは７ページへ

●第３条（景品類の制限及び禁止）の規定による制限若しくは禁止又は第４条第１項各号（不当表示の禁止）の規定に違反する行為を行っている事業者に対して、当該行為の差止め、再発防止措置等を命ずることができる。その命令は違反行為がなくなっている場合においてもすることができる。

都道府県知事の指示権　（第７条）　➡詳しくは７ページへ

●第３条の規定による制限若しくは禁止又は第４条第１項各号の規定に違反する行為を行っている事業者に対し、当該行為の取りやめ、再発防止策等を指示することができる。その指示は、違反行為が既になくなっている場合においてもすることができる。

※事業者が指示に従わない場合等の消費者庁長官への措置請求権（第８条）、報告の徴収、立入検査権等（第９条）も規定されている。

協定又は規約（公正競争規約）　（第11条）　➡詳しくは９ページ以降

●事業者又は事業者団体は、景品類、表示に関する事項について、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けて、不当な顧客の誘引を防止し、公正な競争を確保するための協定又は規約（公正競争規約）を締結、設定することができる。

●公正競争規約の認定条件（第11条第２項）

❶不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること。

❷一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。

❸不当に差別的でないこと。

❹公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。

公正競争規約の概要

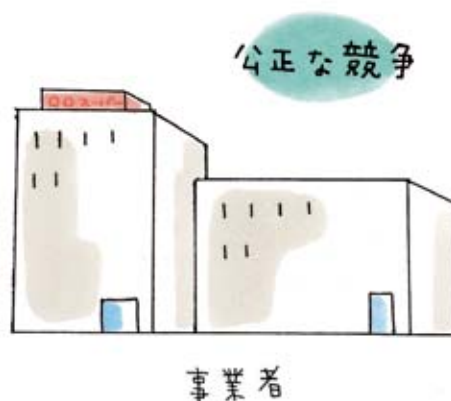
私達の暮らしと公正競争規約

消費者庁長官及び公正取引委員会が認定する業界自主規制として公正競争規約があります。
公正競争規約は、表示又は景品類について「何が良くて、何が悪いのか」を具体的に明文化した、その業界のガイドラインとなるものです。
公正競争規約が設定されている業種のほとんどは、消費者に馴染みの深いものです。
これによって公正な競争が確保され、私達が暮らしの中で適正な商品選択を行うことができます。

公正競争規約とは

- 公正競争規約は、景品表示法第11条の規定により、事業者又は事業者団体が、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定（注）を受けて、表示又は景品類に関する事項について自主的に設定する業界のルールです。
- 景品表示法は、不当な表示と過大な景品類の提供を禁止しています。しかしながら、この法律は多種多様な事業分野の広範な商行為を取締りの対象にしていますので、規定は一般的・抽象的なものにならざるをえません。
- 一方、公正競争規約は、事業者又は事業者団体が自らの業界について規定を設けるものですから、その業界の商品特性や取引の実態に即して、景品表示法だけでなく、他の関係法令による事項も広く取り入れて、的確に、より具体的に、きめ細かく規定することができます。
- この公正競争規約を守ることにより、業界の公正な競争が確保されるとともに、消費者が適正な商品選択を行うことができるようになるのです。
- 公正競争規約は、消費者庁長官及び公正取引委員会によって認定されたものですから、通常はこれを守っていれば景品表示法に違反することはありません。また、公正競争規約の運用は、業界に精通した運用機関（公正取引協議会等）により行われますので、規制が的確かつ効果的に行われることが期待されています。

（注）消費者庁長官及び公正取引委員会が公正競争規約を認定するための景品表示法上の４つの要件

❶不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保するために適切なものであること。
❷一般消費者及び関連事業者の利益を不当に害するおそれがないこと。
❸不当に差別的でないこと。
❹公正競争規約に参加し、又は公正競争規約から脱退することを不当に制限しないこと。

公正競争規約を設定できるのは誰か

●景品表示法は、公正競争規約を設定できる者について「事業者又は事業者団体」と定めています。

●公正競争規約は、メーカー同士とか、小売業者同士というように、単一の取引段階に属する事業者だけで設定しなければならないわけではありません。公正競争規約には、メーカー同士や小売業者同士といった単一の取引段階に属する者が寄り集まって設定しているものもありますが、メーカーに加え、小売業者等の流通業者といった複数の取引段階の異なる事業者も参加して、商品ラベルから店頭で販売される際の表示までを通して規定しているものもあります。

●また、公正競争規約の設定ができるのは、個別の事業者だけではありません。事業者団体同士が集まり、それに個別の事業者も加わって公正競争規約を運用している場合もあります。

公正競争規約は牛乳から旅行業、不動産まで多種多様です

●公正競争規約は105件（平成23年１月現在）を数えます。うち表示に関するもの（以下「表示規約」といいます。）は67件、景品類の提供に関するもの（以下「景品規約」といいます。）は38件です。

●公正競争規約が最初に設定されたのは不動産の表示規約です。不動産は１件当たりの取引額が大きい上に表示からはその品質内容が分かりにくく、不当な表示が消費者に及ぼす影響も格段に大きいことから、関係法規の規定も盛り込んでおり、内容はかなり詳細です。

●表示規約では食品関係のものが最も多くなっています。これは商品の種類が多いことにもよりますが、大部分は食品の加工技術等の発展に伴い、代替原材料等を使用した新製品について、基準のないままに紛らわしい表示が出回っていたものを適正化するために設定されたためです。

●食品には食品衛生法、JAS法、計量法等関係する法令が多いのですが、ほとんどの公正競争規約が、景品表示法だけでなく、これら関係法令の規制も取り入れています。

業　種	景品	表示	計
食品一般	11	37	48
酒類	7	7	14
身のまわり品	0	2	2
家庭用品	1	2	3
医薬品・化粧品等	5	5	10
出版物等	3	0	3
自動車等	3	4	7
不動産	1	1	2
サービス業	3	3	6
その他	4	6	10
計	38	67	105

（平成23年１月現在）

公正競争規約の具体例

公正競争規約には、表示規約と景品規約があります。公正競争規約は、業界の特徴を反映して設定されるものであり、特に表示規約は多様な事項を定めています。
以下においては、表示規約を中心に、規約の構成や定めることができる事項について例を挙げて説明します。

■表示規約について

目　的

- 表示規約は、その商品や業界に必要な表示事項等を定めることにより、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者による自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保することを目的としています。

定　義

- どの表示規約でも、規約の対象となる「商品」や「サービス」、「事業者」、「表示」等についての定義を定めています。
- 食品に関する表示は、景品表示法のほかに、食品衛生法、JAS法、計量法等といった様々な法律によって規制されていることから、食品に関する表示規約においては、規約の対象となる食品について、これらの法律における定義を引用している場合もあります。

【牛乳の表示規約の例】
牛乳の表示規約においては、「この規約で『牛乳』とは、食品衛生法（昭和22年法律第233号）の規定に基づく乳及び乳製品の成分規格等に関する省令（昭和26年厚生省令第52号。以下「乳等省令」という。）第2条第3項に規定する牛乳であって、重量百分率で無脂乳固形分8.0%以上及び乳脂肪分3.0%以上の成分を含有するものをいう。」とされています。

必要表示事項

- 「必要表示事項」では、商品パッケージやチラシ等に必ず記載する事項を定めています。
- 必要表示事項は表示物ごとに定めることもできます。家電製品であれば、カタログ、取扱説明書、保証書、製品本体のそれぞれについて必要表示事項が定められています。表示する際の文字の大きさ（ポイント）を定めている規約もあります。例えば、化粧品では、「化粧水」といった種類別名称を容器又は被包に7ポイント以上の大きさで表示することとされています。

【食品に関する表示規約の例】
食品に関する表示規約では、容器・包装に名称、原材料名、内容量、賞味期限、保存方法、原産国名、製造業者名等のほか、例えばレギュラーコーヒーでは挽き方を表示することになっています。

【食品以外の表示規約の例】
商品ごとに多様な規定があります。例えば、帯締めであれば容器・包装等に使用材料や長さ、眼鏡用フレームであれば本体にレンズ間距離を表示することになっています。

特定事項等の表示基準

- 特定事項の表示基準とは、商品名に冠したり、原材料について強調するため、その商品・サービスや業界に特有な用語等を用いるに当たり、その用語を使用できる場合を定めるものです。各業界の表示の実態を反映し、各規約の特徴がよく表れる部分です。

牛　乳	成分の特徴を表す「特濃」、「濃厚」の用語を用いる場合の基準
チーズ	「チェダー」、「ゴーダ」の名称を使用する場合の基準
アイスクリーム	商品名に「チョコレート」、「マロン」等の名称を付ける場合の基準
ハム・ソーセージ	原材料の肉の種類を強調表示する場合の基準
二輪自動車	「新発売」と表示する場合の基準
四輪自動車	ランキングや燃料消費率を表示する場合の基準
釣り竿	賞、推奨等を表示する場合の基準
不動産	マンション名等に公園・最寄り駅名を付ける場合の基準、駅からの距離を徒歩○分と記載する場合の基準

不当表示の禁止

●成分又は原材料について、実際のものより著しく優良であると誤認されるおそれがある表示といった一般的な事項を禁止するほか、過去に問題となった事例等を踏まえ、例えば、客観的な根拠に基づかない「特選」等の表示、原産国について誤認されるおそれのある表示等の不当表示となる事項を具体的に禁止しています。

【食品に関する表示規約の例】
例えば、食品に関する表示規約では、上記のほか、医薬品的な効能効果があるかのように誤認されるおそれのある表示が禁止されています。

【食品以外の表示規約の例】

タイヤ	実際には表示価格に含まれていないタイヤ整備料金等が表示価格に含まれているかのような表示の禁止
ピアノ	割賦販売の表示について、頭金、支払回数等が実際のものよりも有利であるかのように誤認されるおそれのある表示の禁止
記録メディア	使用環境等の違いによって、性能、効果が著しく低下するにもかかわらず、その旨を記載しないことにより、実際のものよりも優良であると誤認されるおそれのある表示の禁止
旅　行	食事、温泉、宿泊施設、観光施設等について誤認されるおそれのある表示の禁止

その他の不当表示の禁止

●過大包装、不当な二重価格表示、おとり広告、不当な比較広告について禁止規定を設けている規約もあります。

公正マーク

●規約の中には、商品パッケージに「公正マーク」を付すことや、協議会加盟店であることを示す店頭マークを規定しているものがあります（→16ページ）。これらのマークを付けた商品や店舗は、表示の適正化を推進するものとして一般消費者にアピールすることができます。

協議会の組織及び規約違反に対する調査に関する規定

●規約を実際に運営していく公正取引協議会についての規定や、規約違反に対する調査や措置（警告、違約金、除名等）についての規定が設けられています。

●公正取引協議会の役割は、公正競争規約に違反する事件の調査だけではありません。事業者からチラシや商品パッケージの表示についての事前相談を受け回答するなど、業界が規約を適正に運用していくための様々な活動も含まれています（詳細は15ページ）。

■景品規約について

●景品規約は、景品類の提供に当たってのルールを定めることにより、不当な顧客の誘引を防止し、一般消費者の自主的かつ合理的な選択及び事業者間の公正な競争を確保することを目的としています。

●景品規約に定められている景品類の提供に当たってのルールの内容は、原則として、内閣総理大臣が景品類について定めている告示の内容に沿ったものとなっています（3ページ参照）。ただし、新聞業、出版小売業、不動産業等一部の規約については、特別なルールが設けられています。

公正競争規約設定までの主な流れ

業界における問題意識・規約設定の動き

●業界内に規約を設定する気運があっても、最初から業界だけで規約案を作成することは困難な場合もあります。
●消費者庁では、業界が規約の内容について具体的な検討を始める前の段階で、規約とは何か、その内容や効果といった一般的な内容も含め、業界が設定しようとしている規約のイメージ等について相談を受け付けています。
また、消費者庁を通じ、公正取引委員会においても、規約の内容について検討を行います。

必要に応じ、
試買検査・
消費者意識調査

消費者庁への事前相談
- 実態、問題点の把握
- 規約に盛り込む内容の検討
- 公正取引委員会による検討

●実際に規約案を作成する過程では、市場に出回っている商品パッケージや広告チラシ等の実際の表示物を持ち寄って、適正な表示の在り方について検討を重ねるなどして、業界内での意見をまとめていきます。
●公正競争規約は、事業者又は事業者団体が自主的に定める表示又は景品類についてのルールですので、規約案は規約を設定しようとする者が作成します。

業界における規約案の作成

表示連絡会
（消費者団体、学識経験者等との意見交換）

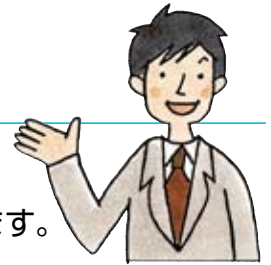
●規約の内容を業界にとってだけでなく、消費者にとっても適正なものとするためには、消費者、学識経験者等の意見も幅広く取り入れる必要があります。そこで、表示連絡会と呼ばれる会合を開催し、規約案の内容について説明し、意見を求めます。

●表示連絡会で出た意見を反映するなどして規約案を修正した後、景品表示法第11条に基づき、消費者庁長官及び公正取引委員会に対して規約の認定に係る申請を行います。

規約の認定申請

パブリックコメントの実施

消費者庁長官及び公正取引委員会による規約の認定・官報告示

公正競争規約の効果

業界で公正競争規約が設定されることは、事業者、一般消費者の双方に利益があります。

1 社会的信頼の向上

2 コンプライアンスの強化

3 自主的なルールの運用

4 規約に基づく行為の独占禁止法の適用除外

1

●公正競争規約を設定したことにより、表示のルールが明確になった業界では、各事業者が自主的に、規約に従って自社の表示を改善することになります。消費者にとっては、自分が普段手に取って見る商品･サービスについて、適正な商品選択をしやすい環境が整備されることになりますから、業界全体に対する信頼が向上することが期待されます。

●加えて、「公正マーク」や公正取引協議会加盟店マークを設定すれば、消費者にとって安心して選べる商品･サービス、お店であることをアピールすることができます。

2

●公正競争規約は、景品表示法で禁止される不当表示を起こさないための事項に加え、他法令に関係する事項も取り込んでルール化することもできます。このため、規約を見れば、必要な関係法令が分かるほか、規約を遵守していれば、景品表示法だけでなく、他の法令を守ることにもなり、コンプライアンスの徹底につながります。

3

●公正競争規約の解釈･運用は、公正取引協議会が自主的に行っていくことになります。通常、会員についての規約に違反する疑いのある事実に関する調査も公正取引協議会が行います。調査の結果、規約に違反する事実が認められれば、規約の規定に基づいて、警告等の措置を公正取引協議会自らが採ることになります。

●公正取引協議会は、会員事業者からの事前の相談に応じたり、公正競争規約に違反する疑いのある事実についての調査活動を行うことを通じて、当該業界における適正な表示や景品類についてのルールの在り方とは何かを、会員と共に絶えず検討し、自ら作り上げていくことができます。

4

●一般に、事業者団体が構成事業者に、自主規制等の利用･遵守を強制することは、当該自主規制等がその内容から競争を阻害するおそれのないことが明白である場合を除き、独占禁止法に違反するおそれがあります。

●他方、公正競争規約は、景品表示法に基づき、消費者庁長官及び公正取引委員会の認定を受けるものであるため、公正競争規約に基づいた適正な行為である限り、公正取引委員会から独占禁止法上の措置を採られることはありません。

公正競争規約の運用について

公正取引協議会の役割

公正取引協議会は、消費者庁長官及び公正取引委員会によって認定された公正競争規約を運用することを目的として設置され、その具体的な活動内容は多岐にわたる場合があります。主なものを挙げると以下のとおりです。

①公正競争規約の周知

ホームページの開設、会員向けの公正競争規約に関する解説書の作成、官公庁の動きや違反事例の解説をまとめた会報の作成・配布、規約に関する研修会の開催といった活動があります。また、一般消費者に規約の内容を理解してもらうために、分かりやすいパンフレットを作成する場合もあります。

②公正競争規約についての相談

公正競争規約に則した表示となるように、商品パッケージやチラシに掲載する内容についての事前の相談に応じています。

③公正競争規約違反の疑いに関する調査

公正競争規約に違反する事実があると疑われる場合に、個別の事業者に対して調査を行うことになります。調査を行った結果、実際に規約に違反する行為が行われている場合は、警告等の措置を採ることもあります。

④表示に関する一般的な調査

公正競争規約に定められた必要表示事項が表示されているか、不当表示として禁止されている表示がなされていないかといったことを一般的に調査するための活動です。試買検査会を開催して実際の商品の表示を調査したり、店頭に出かけて行って、店頭での表示について調査することもあります。また、規約に則した表示が行われていると認定された商品に「公正マーク」を付与する活動を行っている場合もあります。

⑤一般消費者からの苦情処理に関すること

公正競争規約が定められているのは、一般消費者に馴染み深い商品・サービスであることが多いことから、商品パッケージや店頭での表示について、一般消費者から苦情が寄せられる場合があります。消費者に対して、適正な商品・サービス選択のためのアドバイスをしています。

⑥その他

上記のほかにも、消費者モニターを募集し、消費者モニターからの意見を聴取したり、消費者団体と意見交換会を開催している場合もあります。

（社）全国公正取引協議会連合会

- 公正競争規約を運用している公正取引協議会の連合会として、社団法人全国公正取引協議会連合会（以下「公取協連合会」といいます）が置かれています。
- 公取協連合会は、公正競争規約の運用を円滑・効果的にするため、会員である公正取引協議会との連携の下に、規約の普及・啓発、遵守状況調査、相談・苦情の処理、規約・景品表示法に関する調査・研究等の事業を行っています。
- 具体的には、公正競争規約を新たに設定しようとしている事業者団体等からの相談への対応や、規約の案に関する助言、意見交換のための表示連絡会の開催等により、設定のための支援を行っています。
- また、景品表示法・公正競争規約に関する事業者・消費者からの質問、相談、照会、苦情等に対して、相談窓口を設置して、消費者庁や会員公取協との連携の下に対応しています。このほか、景品表示法の規制内容や運用状況等に関するセミナーの開催、景表法通信の配布、景品表示法関係法令集の発行等、景品表示法・公正競争規約制度の広報活動も行っています。
- 公取協連合会のホームページに、すべての公正競争規約・施行規則を掲載しています。

㈳全国公正取引協議会連合会ホームページ
➡ http://www.jfftc.org

公正マーク

公正マークは、安心ショッピングの目じるしです。

商品表示

はちみつ

観光土産品

飲用牛乳

ハム·ソーセージ類

生めん類

みそ

食品のり

辛子めんたいこ食品

ローヤルゼリー

釣竿

レギュラー·
インスタントコーヒー

ドレッシング類

もろみ酢

食用塩

鶏卵

旅行
（旅行広告に表示）

店頭表示

スポーツ用品

観光土産品

食肉

眼鏡

農業機械

旅行

タイヤ

指定自動車教習所

自動車

二輪自動車

鍵盤楽器

不動産

はちみつ

ローヤル
ゼリー

公正取引協議会一覧 (平成 23 年 1 月現在)

公正競争規約の新規設定、規約についての一般的な事項については、㈳全国公正取引協議会連合会まで御相談ください。

㈳全国公正取引協議会連合会 〒107-0052 東京都港区赤坂 1-4-1 赤坂KSビル 2 階 ☎03-3568-2020

公正取引協議会への加入や公正競争規約の内容については以下の連絡先まで御相談ください。

	規約の種類	団体名	住所	電話
食料品一般				
1	(表示)	全国飲用牛乳公正取引協議会	〒102-0073 東京都千代田区九段北1-14-19 乳業会館5階	03(3264)8585
2	(表示)	はっ酵乳、乳酸菌飲料公正取引協議会	〒162-0842 東京都新宿区市ケ谷砂土原町1-1 保健会館別館	03(3267)4686
3	(表示)	殺菌乳酸菌飲料公正取引協議会	〒150-0022 東京都渋谷区恵比寿南2-4-1	03(5721)4086
4	(表示)	チーズ公正取引協議会	〒102-0073 東京都千代田区九段北1-14-19 乳業会館	03(3264)4133
5	(景品・表示)	アイスクリーム類及び氷菓公正取引協議会	〒102-0073 東京都千代田区九段北1-14-19 乳業会館	03(3264)3819
6	(表示)	㈳全国はちみつ公正取引協議会	〒103-0023 東京都中央区日本橋本町4-8-17 共同ビル(室町)5階	03(3279)0893
7	(表示)	㈳全国ローヤルゼリー公正取引協議会	〒104-0031 東京都中央区京橋1-14-5 土屋ビル5階	03(3561)5556
8	(表示)	全国辛子めんたいこ食品公正取引協議会	〒812-0013 福岡市博多区博多駅東 2-8-26 第3白水駅東ビル 405 号	092(403)0191
9	(表示)	全国削節公正取引協議会	〒135-0016 東京都江東区東陽5-29-47 サンフィールドビル2階	03(5690)1601
10	(表示)	食品のり公正取引協議会	〒101-0025 東京都千代田区神田佐久間町3-37 全蒲ビル4階	03(5823)5743
11	(表示)	全国食品缶詰公正取引協議会	〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町 10-2 翔和神田ビル 3 階	03(5256)4801
12	(景品・表示)	全国トマト加工品業公正取引協議会	〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町 15-18 日本橋S・Kビル3階	03(3639)9666
13	(表示)	全国粉わさび公正取引協議会	〒105-0003 東京都港区西新橋2-21-2 第一南桜ビル 7 階	03(3432)4664
14	(表示)	全国生めん類公正取引協議会	〒135-0004 東京都江東区森下3-14-3 全麺連会館内	03(3634)2255
15	(景品・表示)	日本即席食品工業公正取引協議会	〒111-0053 東京都台東区浅草橋5-5-5 キムラビル3階	03(3865)0811
16	(景品・表示)	全国ビスケット公正取引協議会	〒105-0004 東京都港区新橋6-9-5 JB ビル9階	03(3433)6131
17	(景品・表示)	全国チョコレート業公正取引協議会	〒105-0004 東京都港区新橋6-9-5 JB ビル6階	03(3437)6177
18	(表示)	チョコレート利用食品公正取引協議会	〒105-0004 東京都港区新橋6-9-5 JB ビル6階	03(3437)6177
19	(景品・表示)	全国チューインガム業公正取引協議会	〒105-0004 東京都港区新橋6-9-5 JB ビル6階	03(3433)5213
20	(景品・表示)	凍豆腐製造業公正取引協議会	〒380-0936 長野市中御所岡田 131-10 長野県中小企業指導センター 5 階	026(227)6215
21	(景品・表示)	全国味噌業公正取引協議会	〒104-0033 東京都中央区新川1-26-19 全中・全味ビル	03(3551)7161
22	(景品・表示)	醤油業中央公正取引協議会	〒103-0016 東京都中央区日本橋小網町 3-11 醤油会館内	03(3666)3286
23	(景品)	日本ソース業公正取引協議会	〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町 15-18 日本橋S・Kビル3階	03(3639)9667
24	(表示)	全国食酢公正取引協議会	〒160-0004 東京都新宿区四ッ谷3-4 エフビル5階	03(3351)9280
25	(景品)	カレー業全国公正取引協議会	〒111-0051 東京都台東区蔵前3-20-1 山岸ビル 502 号	03(5687)1793
26	(表示)	果実飲料公正取引協議会	〒105-0012 東京都港区芝大門1-10-1 全国たばこビル3階	03(3435)0731
27	(表示)	全国コーヒー飲料公正取引協議会	〒103-0022 東京都中央区日本橋室町3-3-3 CM ビル3階 (㈳全国清涼飲料工業会内)	03(3270)7390
28	(表示)	全日本コーヒー公正取引協議会	〒103-0015 東京都中央区日本橋箱崎町6-2 マックスビル別館3階	03(5649)8366
29	(表示)	日本豆乳公正取引協議会	〒102-0093 東京都千代田区平河町2-3-10-406	03(5215)2275
30	(表示)	マーガリン公正取引協議会	〒103-0027 東京都中央区日本橋3-13-11 油脂工業会館2階	03(3242)3770
31	(表示)	全国観光土産品公正取引協議会	〒101-0047 東京都千代田区内神田1-17-9 TCU ビル6階	03(3518)0193
32	(表示)	ハム・ソーセージ類公正取引協議会	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿1-5-6	03(3444)1211
33	(表示)	日本パン公正取引協議会	〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町 15-12 八重洲カトウビル5階	03(3667)1976
34	(表示)	全国食肉公正取引協議会	〒107-0052 東京都港区赤坂6-13-16 アジミックビル	03(5563)2911
35	(表示)	全国ドレッシング類公正取引協議会	〒104-0061 東京都中央区銀座 3-8-15 中央ビル	03(3563)3590
36	(表示)	もろみ酢公正取引協議会	〒900-0033 沖縄県那覇市久米 1-1-1 ラ・ポール久米 202 号室	098(894)7361
37	(表示)	食用塩公正取引協議会	〒106-0032 東京都港区六本木 7-15-14 塩業ビル 9 階	03(3402)0180
38	(表示)	鶏卵公正取引協議会	〒104-0033 東京都中央区新川 2-6-16 馬事畜産会館 4 階	03(3297)5516
酒類				
1	(景品)	日本ワイナリー協会	〒103-0027 東京都中央区日本橋2-12-7 武田新江戸橋ビル2階	03(6202)5728
2	(景品・表示)	ビール酒造組合	〒104-0031 東京都中央区京橋2-8-18 昭和ビル 4 階	03(3561)8386
3	(景品・表示)	日本洋酒輸入協会	〒105-0001 東京都港区虎ノ門1-13-5 第一天徳ビル	03(3503)6505
4	(景品・表示)	日本洋酒酒造組合	〒103-0027 東京都中央区日本橋2-12-7 武田新江戸橋ビル2階	03(6202)5728
5	(景品・表示)	日本酒造組合中央会	〒105-0003 東京都港区西新橋1-1-21 日本酒造会館内	03(3501)0101
6	(景品)	日本蒸留酒酒造組合	〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-8-2 新日本橋ビル4階	03(3281)5316
7	(表示)	全国小売酒販組合中央会	〒153-0061 東京都目黒区中目黒2-1-27	03(3714)0172

規約の種類		団体名	住所	電話
身のまわり品				
1	（表示）	全国帯締め羽織ひも公正取引協議会	〒616-8204 京都市右京区宇多野御池町 40　島本会計税務事務所内	075(461)7156
2	（表示）	眼鏡公正取引協議会	〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-3- 5　新日東ビル 6 階 東京眼鏡販売店共同組合内	03(5255)3231
家庭用品				
1	（景品･表示）	㈳全国家庭電気製品公正取引協議会	〒105-0001 東京都港区虎ノ門 1-19-9　虎ノ門 TBL ビルディング 2 階	03(3591)6023
医薬品・化粧品等				
1	（景品）	医療用医薬品製造販売業公正取引協議会	〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3- 7- 2　シオノギ本町共同ビル	03(3669)5357
2	（景品）	医療用医薬品卸売業公正取引協議会	〒103-0028 東京都中央区八重洲 1- 7-20　八重洲口会館 4 階	03(3275)0984
3	（表示）	化粧品公正取引協議会	〒105-0001 東京都港区虎ノ門 5- 1- 5　虎ノ門 45MT ビル 6 階	03(5472)2533
4	（景品･表示）	化粧石けん公正取引協議会	〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-13-11　油脂工業会館内	03(3271)4301
5	（景品･表示）	洗剤・石けん公正取引協議会	〒103-0027 東京都中央区日本橋 3-13-11　油脂工業会館内	03(3271)4301
6	（景品･表示）	歯磨公正取引協議会	〒103-0001 東京都中央区日本橋小伝馬町 2- 4　三報ビル 7 階	03(3249)2511
7	（表示）	防虫剤公正取引協議会	〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-36-12　サンカテリーナビル 6 階	03(3367)6775
出版物等				
1	（景品）	新聞公正取引協議会	〒100-0011 東京都千代田区内幸町 2- 2- 1　日本プレスセンタービル 7 階	03(3591)4406
2	（景品）	出版物小売業公正取引協議会	〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台 1- 2　書店会館内	03(3295)0065
3	（景品）	雑誌公正取引協議会	〒101-0062 東京都千代田区神田駿河台 1- 7　日本雑誌会館内	03(3293)9759
自動車等				
1	（景品・表示 （自動四輪、 自動二輪））	㈳自動車公正取引協議会	〒102-0093 東京都千代田区平河町 1- 9- 3 京商ビル 3 階	（　自　）03(3265)7975 （二輪）03(3556)2733 （消費者相談室）03(3556)9177
2	（景品･表示）	タイヤ公正取引協議会	〒103-0014 東京都中央区日本橋蛎殻町 1-38- 9　宮前ビル 5 階	03(5695)4051
3	（景品･表示）	農業機械公正取引協議会	〒110-0016 東京都台東区台東 1-26- 6　植調会館 1 階	03(3835)8118
不動産				
1	（景品･表示）	不動産公正取引協議会連合会	〒102-0074 東京都千代田区九段南 3- 9-12 九段ニッカナビル 6 階 ㈳首都圏不動産公正取引協議会内	03(3261)3811
2	（景品･表示）	㈳北海道不動産公正取引協議会	〒060-0001 札幌市中央区北 1 条西 17- 1　北海道不動産会館内	011(621)0747
3	（景品･表示）	東北地区不動産公正取引協議会	〒990-0023 山形県山形市松波 1-10- 1　山形県不動産会館内	023(623)8080
4	（景品･表示）	㈳首都圏不動産公正取引協議会	〒102-0074 東京都千代田区九段南 3- 9-12　九段ニッカナビル 6 階	03(3261)3811
5	（景品･表示）	北陸不動産公正取引協議会	〒930-0033 富山県富山市元町 2- 3-11　富山県不動産会館内	076(425)5514
6	（景品･表示）	東海不動産公正取引協議会	〒451-0031 名古屋市西区城西 5- 1-14　愛知県不動産会館内	052(529)3300
7	（景品･表示）	㈳近畿地区不動産公正取引協議会	〒540-0012 大阪市中央区谷町 2- 9- 3　ガレリア大手前ビル 8 階	06(6941)9561
8	（景品･表示）	中国地区不動産公正取引協議会	〒730-0046 広島市中区昭和町 11- 5　広島県不動産会館内	082(243)9906
9	（景品･表示）	四国地区不動産公正取引協議会	〒770-0941 徳島県徳島市万代町 5- 1- 5　徳島県不動産会館内	088(625)0318
10	（景品･表示）	九州不動産公正取引協議会	〒812-0054 福岡市東区馬出 1-13-10　福岡県不動産会館内	092(631)5500
サービス業				
1	（景品･表示）	旅行業公正取引協議会	〒100-0013 東京都千代田霞が関 3-3-3　全日通霞が関ビル 5 階	03(3592)1641
2	（景品･表示）	全国銀行公正取引協議会	〒100-8216 東京都千代田区丸の内 1- 3- 1　銀行会館	03(5252)3721
3	（景品･表示）	指定自動車教習所公正取引協議会	〒160-0004 東京都新宿区四谷 3- 2- 1　四谷三菱ビル 8 階	03(3359)8431
その他				
1	（景品）	写真機類卸売業公正取引協議会	〒102-0082 東京都千代田区一番町 25　JCII ビル 3 階	03(3261)8341
2	（景品･表示）	ペットフード公正取引協議会	〒101-0041 東京都千代田区神田須田町 2-3-16　千代田パリオンビル 9 階	03(5298)7321
3	（表示）	全国釣竿公正取引協議会	〒104-0032 東京都中央区八丁堀 2-22- 8　日本フィッシング会館内	03(3206)1130
4	（表示（ピアノ、電子楽器））	鍵盤楽器公正取引協議会	〒101-0021 東京都千代田区外神田 2-18-21　楽器会館内	03(3251)7444
5	（景品）	衛生検査所業公正取引協議会	〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町 3-27　剛堂会館ビル 3 階	03(3263)2440
6	（表示）	スポーツ用品公正取引協議会	〒101-0052 東京都千代田区神田小川町 3-28- 9　三東ビル 9 階	03(3219)2531
7	（表示）	日本記録メディア製品公正取引協議会	〒105-0001 東京都港区虎ノ門 2- 9- 8 あまかすビル 5 階	03(3501)0631
8	（景品）	医療機器業公正取引協議会	〒113-0033 東京都文京区本郷 3-38- 1　本郷イシワタビル 2 階	03(3818)1731

景品表示法や公正競争規約制度のより詳しい内容については、以下のページを御覧ください。

http://www.caa.go.jp/representation/index.html

窓　口

景品表示法違反事実に関する情報提供

●**消費者庁表示対策課（情報管理担当）**

〒100-6178　東京都千代田区永田町2-11-1　山王パークタワー5F
TEL 03(3507)8800㈹

これから広告等を行う企画についての事業者からの御相談

●**消費者庁表示対策課指導係**

TEL 03(3507)8800㈹

※御相談いただく前に、まずはパンフレットや消費者庁の景品表示法ホームページ(http://www.caa.go.jp/representation/index.html)の内容をよくご覧ください。
また、御相談の内容によっては、回答までに相当期間要することがあります。
実施直前に御相談いただいても回答できない場合がありますので、時間的余裕をもって御相談ください。

都道府県の景品表示法主管課でも御相談や違反情報を受け付けしています。

消 費 者 庁
http://www.caa.go.jp

H23. 3